

Social Entrepreneurship in Österreich

Eine Bestandsaufnahme der unterschiedlichen AkteurInnen und Verständnisse

Hanna Schneider

Vor dem Hintergrund einer Vielzahl ungelöster sozialer und ökologischer Probleme, der Unzufriedenheit vieler mit der Lösungskompetenz staatlicher aber auch zivilgesellschaftlicher Institutionen (Nicholls 2006), der Faszination und Heroisierung unternehmerischer AkteurInnen (Brandl/Bullinger 2009), sowie generellen Verbetriebswirtschaftlichungstendenzen im Dritten Sektor (Eikenberry/Kluver 2004), wird Social Entrepreneurship (SE) als eine hoffnungsvolle Antwort diskutiert. In der letzten Dekade, und im Speziellen seit der Verleihung des Friedensnobelpreises an Muhammad Yunus 2006, erfährt SE sowohl in der Praxis als auch in der Forschung große Aufmerksamkeit. Die Anzahl an wissenschaftlichen Artikeln zum Thema SE ist seitdem sukzessive gestiegen. Mehr als 400 ForscherInnen weltweit arbeiten an Forschungsprojekten und Lehrprogrammen zu SE (Brock 2008, 2). Schätzungen darüber, wie viele SozialunternehmerInnen es insgesamt gibt, sind vor dem Hintergrund unterschiedlicher SE-Definitionen und methodischer Herangehensweisen schwierig (Dart et al. 2010). Eine weltweite Studie im Rahmen des Global Entrepreneurship Monitors schätzt, dass durchschnittlich 2,8 Prozent der Bevölkerung im arbeitsfähigen Alter gemäß der angewandten SE-Definition¹ sozialunternehmerisch aktiv sind, wobei große Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern bestehen (Terjesen 2009, 14).

Vorrangig sind es kleine, in den letzten Jahren gegründete Organisationen und Projekte, für die SE identitätsstiftend wirkt. Gleichzeitig hat sich eine Vielzahl an Strukturen rund um SE entwickelt. Stiftungen, PhilanthropInnen und diverse Netzwerke haben sich der Unterstützung von SE verschrieben (*unterstützende Organisationen*), zu deren bekanntesten Ashoka und die Schwab Foundation zählen. Auch in Österreich gibt es vermehrt Organisationen, die sich dem Thema SE widmen. Diese verfolgen das Ziel, SE durch unterschiedliche Beratungs-, Ausbildungs- und Finanzierungsdienstleistungen zu fördern und gestalten dadurch das konkrete Verständnis von SE mit (Nicholls 2010; Hervieux et al. 2010).

Dieser Beitrag betrachtet SE durch eine neoinstitutionalistische Brille. Aus dieser Perspektive kann die Gesamtheit an AkteurInnen, die sich mit SE befasst, als Netzwerk konzeptualisiert werden, in dem unterschiedliche Gruppen koexistieren, die unterschiedliche Interessen verfolgen sowie unterschiedliche Verständnisse von SE prägen (Hoffman 2001, 135ff.). Unterstützende Organisationen fungieren als institutionelle Akteure (Lawrence et al. 2011), die kraft ihrer Position im Netzwerk mehr oder weniger gut in der Lage sind, das Feldverständnis von SE mitzugestalten. Diese Verständnisse können als Schablonen für sozialunternehmerische Initiativen verstanden werden, die diese in unterschiedlicher Weise, wie zum Beispiel durch die relativ unreflektierte Übernahme, die bewusste Exklusion oder Manipulation gewis-

ser Bestandteile oder die Kombination unterschiedlicher Verständnisse, aufgreifen können (Alvesson et al. 2002; Watson 2008).

Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass sich bis dato, weder in der Forschung noch in der Praxis, ein gemeinsames und einheitliches Verständnis von SE herauskristallisiert hat. Die Verständnisse von SE unterscheiden sich stark und reichen von der Auffassung, SE würde als Überbegriff für Organisationen und Personen mit einer sozialen Mission dienen, die eine starke betriebswirtschaftliche Orientierung und einen Fokus auf die Generierung eigener Einnahmen (z.B. Haugh 2006, 5; Tracey und Jarvis 2007, 671) legen, über Definitionen, die besonders den innovativen Charakter von SE-Initiativen hervorheben (z.B. Alvord et al. 2004, 262; Mair und Marti 2006, 37), bis hin zu Verständnissen, die verstärkt die Wirkung von SE und damit einhergehend institutionellen Wandel sowie das soziale Transformationspotential von SE (z.B. Waddock und Post 1991, 393) in den Vordergrund stellen (für eine Zusammenfassung siehe Millner et al. 2013).

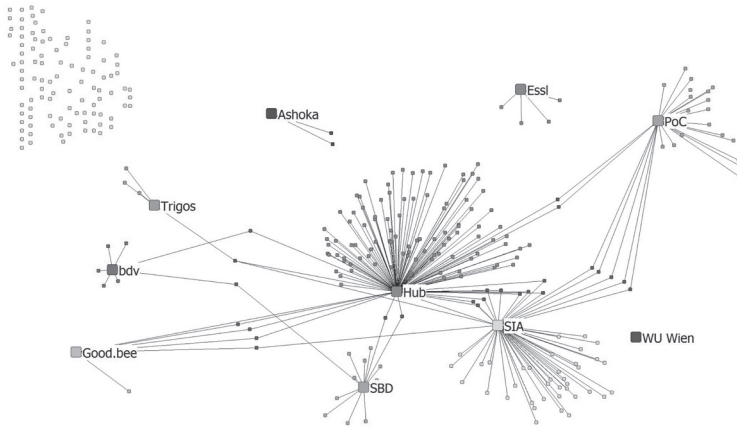
Neben einer Vielzahl konzeptioneller Beiträge gibt es nur wenige empirische Arbeiten, die über Einzelfallstudien hinausgehen (Short et al. 2009, 165). Umfassende Studien, die sich die Konstellation von unterschiedlichen SE-AkteurInnen und deren Interaktionen miteinander ansehen, gibt es bisher nur wenige (Ausnahmen stellen folgende Artikel dar: Parkinson und Howorth 2008; Mauksch 2012).

Ziel dieses Beitrages, der sich auf ein laufendes Forschungsprojekt an der Abteilung für Nonprofit-Management stützt, ist es daher, (1) das Gesamtnetzwerk an SE-AkteurInnen in Österreich aufzuspannen. Im Speziellen ist der Fokus auf AkteurInnen gerichtet, die sich sozialunternehmerisch betätigen und fortan unter dem Begriff *SE-Initiativen* subsumiert werden, sowie Organisationen, die SE in unterschiedlicher Form fördern und hier unter dem Begriff *unterstützende Organisationen* zusammengefasst werden. Darauf aufbauend werden (2) die unterschiedlichen Perspektiven und Verständnisse von SE aufgezeigt sowie die Verständnisse der unterstützenden Organisationen mit jenen der SE-Initiativen selbst kontrastiert.

Zusammensetzung des SE-Netzwerks in Österreich

Um ein möglichst vollständiges Netzwerk an SE-relevanten AkteurInnen in Österreich abzubilden, wurden im Rahmen dieses Forschungsprojektes erstens Mitglieder- und TeilnehmerInnenlisten von Organisationen, die SE durch unterschiedliche Maßnahmen fördern, herangezogen, sowie zweitens eine Internet- und Medienrecherche durchgeführt, um im Speziellen auch jene SE-Initiativen miteinzubeziehen, die nicht mit unterstützenden Organisationen verknüpft sind. Drittens konnten durch Telefoninterviews mithilfe des Schneeballprinzips weitere Organisationen identifiziert werden. Die Ergebnisse dieser Recherche wurden netzwerkanalytisch (Wasserman und Faust 1994; Borgatti et al. 2002) ausgewertet. In einem zweistufigen Prozess wurden zuerst im Zuge eines sehr breiten Zugangs all jene Organisationen befragt, die als potentielle SE-Initiativen in Frage kommen und danach jene Organisationen herausgefiltert, die sich selbst als solche definieren. Dies wurde mit Hilfe einer Selektionsfrage eruiert.² Kernfragen im Rahmen der Befragung bezogen sich auf die konkreten Aktivitäten der Organisationen (Tätigkeitsfelder, Finanzierung, Rechtsform, etc.), deren Kooperationsverhalten mit anderen Organisationen, sowie deren Verständnis von SE.

Abbildung 1: Vernetzung von Social Entrepreneurship-Initiativen und unterstützenden Organisationen



Quelle: eigene Erhebung/Darstellung

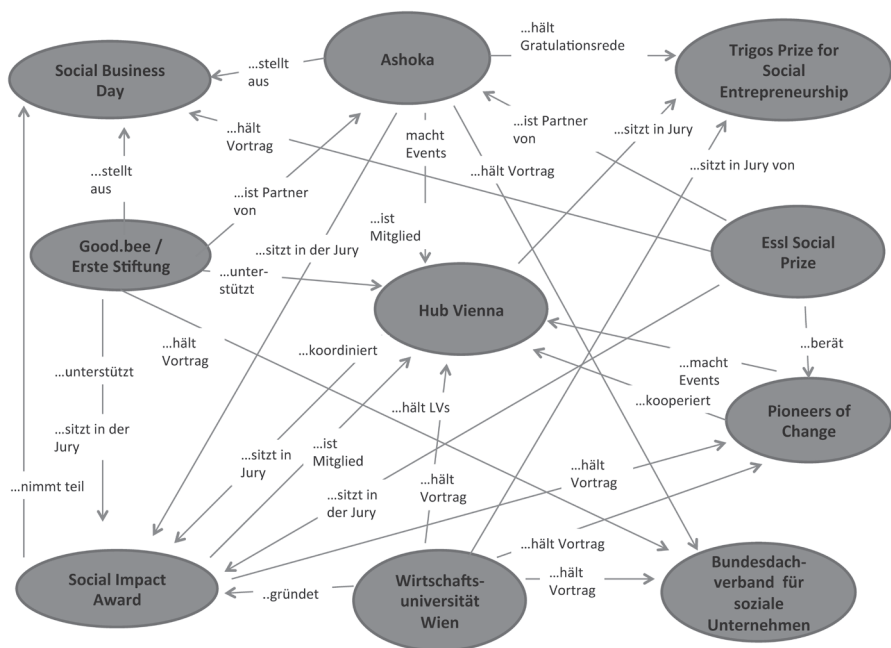
Abbildung 1 gibt einen Überblick über die 273 identifizierten potentiellen SE-Initiativen, sowie jene zehn unterstützenden Organisationen, die zentrale Knotenpunkte in diesem Netzwerk darstellen.³ Ungefähr zwei Drittel der identifizierten SE-Initiativen sind mit einer oder mehreren der zehn unterstützenden Organisationen verknüpft (via Finanzierungs-, Beratungs-, Ausbildungs-, Preisteilnahme- oder Mitgliedschaftsverknüpfungen), was durch die Linien in der Netzwerkgrafik dargestellt wird.⁴ Das verbleibende Drittel der Organisationen steht in keinem direkten Austausch mit diesen. Gründe hierfür sind die stärkere Vernetzung mit unterstützenden Organisationen im Ausland, die Einbettung in andere, nicht hierarchisch strukturierte Netzwerke sowie die Tatsache, dass viele überhaupt erst kürzlich begonnen haben, sich mit dem Thema SE auseinanderzusetzen oder bewusst nicht mit einer dieser Organisationen in Verbindung gebracht werden wollen. Über die Verknüpfung mit unterstützenden Organisation hinausgehend, zeigen die Ergebnisse, dass SE-Initiativen bis dato untereinander sowie mit staatlichen Institutionen eher selten kooperieren. Dies geht oft mit einer generellen Skepsis staatlichen Institutionen gegenüber einher. Häufiger wird die Zusammenarbeit mit Unternehmen oder NPOs mit ähnlichen Tätigkeitsprofilen genannt.

Die unterstützenden Organisationen sind besonders deswegen relevant, da sie kraft ihrer Position im Netzwerk maßgeblich mitentscheiden können, welche Organisationen und Zielsetzungen unter dem Label SE firmieren. Dies sind jene Organisationen, die SE durch Beratungs-, Finanzierungs- und Ausbildungsangebote unterstützen und daher auf einer Feldebene versuchen, das konkrete Verständnis von SE mitzugestalten. Abbildung 2 gibt einen Überblick über die identifizierten unterstützenden Organisationen in Österreich. Diese umfassen Ashoka Austria, den Social Impact Award (SIA), den HUB Vienna, den Essl Social Prize, die Erste Stiftung/good.bee, den Bundesdachverband für soziale Unternehmen (bdv), den Social Business Day (SBD), Pioneers of Change (Poc), die WU Wien, sowie den Trigos Preis für Social Entrepreneurship.

Abbildung 2: Beschreibung der unterstützenden Organisationen

Unterstützende Organisation	Beschreibung
HUB	Co-Working Space mit einem Schwerpunkt auf Social Entrepreneurs; außerdem Ort für Veranstaltungen rund um das Thema Social Entrepreneurship
SIA	Preis für Studierende, die selbst Social Entrepreneurship Projekte lanciert haben
TRIGOS Preis für SE	CSR Preis; seit 2012 gibt es eine eigene Sparte für Social Entrepreneurship
BDV	Bundesweites Netzwerk und Interessensvertretung von Sozialen Unternehmen in Österreich
good.bee	Finanzielle Förderung (durch Kredite) von Social Entrepreneurship/ Social Business Initiativen
Ashoka	Fellowship-Organisation zur Förderung von Social Entrepreneurs
PoC	Einhjähriges Ausbildungsprogramm für junge Menschen, die ihr Leben in den Dienst des gesellschaftlichen Wandels stellen wollen
Essl Social Prize	Jährlicher Preis mit Fokus auf sozialunternehmerische Projekte
WU Wien	Lehre und Forschung zu SE-relevanten Fragestellungen
Social Business Day	Jährlich stattfindende Veranstaltung, mit dem Ziel Social Entrepreneurs, NPOs und kommerzielle Unternehmen zu vernetzen

Quelle: eigene Erhebung/Darstellung

Abbildung 3: Vernetzung der unterstützenden Organisationen

Quelle: eigene Erhebung/Darstellung

Die unterstützenden Organisationen selbst sind eng miteinander vernetzt (siehe Abbildung 3). So kommt es häufig vor, dass unterstützende Organisationen gemeinsam Veranstaltungen organisieren, gegenseitig in Beratungsgremien sitzen oder gemeinsam Projekte lancieren.

Auf Grundlage dieses Netzwerkes wurde im Anschluss eine telefonische Befragung der SE-Initiativen durchgeführt. Von den 273 identifizierten potentiellen SE-Initiativen wurden alle kontaktiert und konnten 105 interviewt werden, von denen sich 80 selbst als SE-Initiativen definieren.

Kontrastierung des Verständnisses von SE der unterstützenden Organisationen sowie der SE-Initiativen

Um die unterschiedlichen Bedeutungszuschreibungen der AkteurInnen im Netzwerk näher zu analysieren, werden in weiterer Folge die Verständnisse der zehn unterstützenden Organisationen, sowie die Selbstverständnisse der befragten SE-Initiativen gegenübergestellt.

a) SE aus der Perspektive der unterstützenden Organisationen

Wie bereits oben dargelegt, stellen die unterstützenden Organisationen keine homogene Gruppe dar. Viel eher verfolgen sie unterschiedliche Zielsetzungen und Schwerpunktsetzungen. Konkret können in Österreich zusammengefasst fünf Verständnisse aus der Perspektive der unterstützenden Organisationen identifiziert werden.

- **SE als »Hero Social Entrepreneur«**
Social Entrepreneurship wird als die individuelle Leistung von Personen gesehen, die mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Fähigkeiten und Kompetenzen ausgestattet sind und in der Lage sind, durch innovative Ansätze strukturellen Wandel herbeizuführen. Hochselektive Auswahlprozesse werden eingesetzt, um diese Personen zu finden und im Rahmen von Fellowships zu fördern.
- **SE als »Mittel-zum-Zweck-Unternehmen«**
Diese Sichtweise fokussiert besonders auf die Verknüpfung von sozialen und wirtschaftlichen Zielsetzungen. Die Generierung von eigenen Einnahmen und die Führung einer Organisation unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten sind wichtig. Oftmals spielt die Schaffung von Arbeitsplätzen für spezifische Zielgruppen eine wichtige Rolle. Die dahinter stehende Logik besagt, vereinfacht dargestellt, dass sozial orientierte Organisationen durch betriebswirtschaftliches Know-How und der finanziellen Autonomie in der Lage wären, ähnlich wie konventionelle Unternehmen am Markt zu agieren.
- **SE als »charitable twist«**
Organisationen, die dieses Verständnis vertreten, grenzen sich weniger stark von klassischen Nonprofit-Organisationen ab, sondern kombinieren Elemente von SE mit einem eher karitativen Wohltätigkeitsverständnis. Neben SE werden aber auch andere Themen aufgegriffen wie zum Beispiel Corporate Social Responsibility.
- **SE als »nach vielen Seiten offen«**
Das Verständnis von SE ist ein sehr breites und umfassendes. Es werden auch Konzepte und Ideen aus den anderen Verständnissen aufgegriffen, ohne die Bedeutung von SE einzuengen. So gelingt es, möglichst viele AkteurInnen anzusprechen.

– **SE als »alternatives Wirtschaften«**

Dieses Verständnis von SE weicht stark von den anderen vier beschriebenen Auffassungen ab. Anstatt innerhalb des bestehenden Wirtschaftssystems Veränderungen herbeizuführen, geht es darum, das Wirtschaftssystem an sich zu verändern, hin zu einem alternativen Wirtschafts- und Gesellschaftssystem, das stärker durch Werte wie Solidarität und soziale Gerechtigkeit geprägt ist. Das Verständnis von SE wird häufig von der Generierung kommerziellen Einkommens entkoppelt. Es geht um die Einbindung und Mobilisierung größerer Bevölkerungsgruppen. ProponentInnen dieses Verständnisses identifizieren sich oft nur marginal mit SE und fühlen sich stärker anderen Ansätzen und Verständnissen des Wirtschaftens verbunden, wie zum Beispiel der solidarischen Ökonomie oder der Gemeinwohlökonomie.

b) SE aus der Perspektive der SE-Initiativen selbst

Um einen Überblick über die Charakteristika der SE-Initiativen zu bekommen und deren SE-Verständnisse besser nachvollziehen zu können, werden einleitend die wesentlichen Merkmale dieser Gruppe zusammengefasst dargestellt, sowie deren unterschiedliche Identifikationen mit dem SE-Begriff gezeigt, um sodann deren Verständnisse von SE genauer zu analysieren.

Beschreibung der Merkmale der SE- Initiativen

Eine genauere Analyse jener Organisationen in Österreich, die sich selbst als SE definieren, zeigt, dass folgende Charakteristika typisch sind:

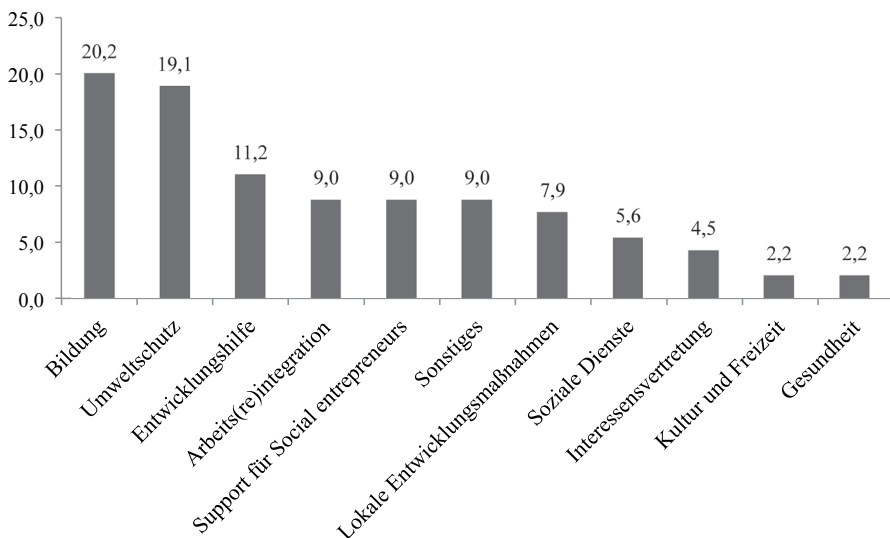
- **Alter:** SE stellt ein sehr junges, erst im Entstehen begriffenes Feld dar. 75% der Initiativen sind jünger als 4 Jahre. 23% geben an, dass sie eine Projektidee haben und gerade dabei sind, diese umzusetzen. 28% haben bereits mit dem Projekt gestartet und sind gerade dabei, eine Organisationsstruktur rund um ihr Projekt aufzubauen. 38% der Organisationen haben bereits gut etablierte Organisationsstrukturen, und ca. 11% der Organisationen haben ihr Projekt bereits in anderen Regionen, Länder oder Bereichen repliziert. Etwa 45% der Organisationen haben vor, ihre Projektidee in Zukunft auf weitere Länder und Regionen bzw. Bereiche auszuweiten.
- **Rechtsform:** 37% der Initiativen sind in Form eines Vereins organisiert, weitere 23% haben die Rechtsform der GesmbH gewählt und 18% sind als Einzelunternehmen strukturiert. 18% haben noch keine Rechtsform. Die verbleibenden 5% sind Personengesellschaften. Bezogen auf die Rechtsform unterscheiden sie sich dadurch maßgeblich von etablierten NPOs. Diese sind zu 90% als Vereine organisiert (Pennerstorfer et al. 2013).
- **Finanzierung:** Jede SE-Initiative verfügt im Durchschnitt über ein jährliches Budget von 30.000 Euro. Dabei setzen sich die Finanzierungsquellen durchschnittlich zu 52% aus privaten Mitteln, zu 35% aus eigenen Einnahmen und 13% aus öffentlichen Mitteln (in Form von Subventionen und/oder leistungsbezogene Zahlungen) zusammen⁵, wobei 60% der Organisationen gar keine öffentlichen Mittel erhalten. Bezogen auf die privaten Mittel spielen persönliche Mittel, also Geld »aus der eigenen Tasche« der GründerInnen, eine wesentliche Rolle. Auch Spenden, die 15% der Gesamteinnahmen ausmachen, sind eine wichtige Finanzierungsquelle. Spezifische Finanzierungsquellen für Social Entrepreneurship, wie

zum Beispiel Gelder von unterstützenden Organisationen oder gewonnene Preise, machen in Summe etwa 10% der Einnahmen aus. Von den befragten Organisationen haben 80% bisher kein Geld von unterstützenden Organisationen bekommen. Der Stellenwert der eigenen Einnahmen wird besonders dann deutlich, wenn man sich ansieht, wie viel Prozent ihres Budgets sich die teilnehmenden Organisationen langfristig aus eigenen Einnahmen wünschen. Fast 75% der Organisationen wünschen sich, in Zukunft 100% der Einnahmen aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen erzielen zu können. Als Gründe dafür werden einerseits die dadurch entstehende Autonomie ins Treffen geführt und andererseits die Skepsis gegenüber dem Staat. Vergleicht man diese Zahlen mit einer Hochrechnung aus einer repräsentativen Erhebung unter ca. 1.000 österreichischen Nonprofit-Organisationen aus unterschiedlichen Bereichen (Schneider und Haider 2009, 29), so sieht man wesentliche Unterschiede: bei NPOs haben öffentliche Mittel (Subventionen sowie leistungsbezogene Zahlungen) eine wesentlich höhere Relevanz (durchschnittlich 53% der Einnahmen), eigene Einnahmen aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen sind etwa gleich wichtig wie im Bereich Social Entrepreneurship (33% der Einnahmen), und private Mittel, vor allem Spenden und andere Beiträge durch Dritte machen ca. 12% der Einnahmen aus.

- **Tätigkeitsbereiche:** Bildung, Umweltschutz, internationale Entwicklungshilfe, sowie Arbeits(re)integration sind die wichtigsten Bereiche, in denen sich Social Entrepreneurship-Initiativen engagieren (siehe Abbildung 4). Aber auch Organisationen, die nicht direkt einen Tätigkeitsbereich unterstützen, sondern andere SE-Initiativen beraten, spielen eine wichtige Rolle. Bereiche wie zum Beispiel Gesundheit oder Soziale Dienstleistungen haben eine untergeordnete Bedeutung.

Abbildung 4: Tätigkeitsbereiche von SE-Initiativen

(Anzahl der Nennungen in Prozent; Doppelnennungen waren möglich)



Quelle: eigene Erhebung/Darstellung

Inwiefern identifizieren sich die SE-Initiativen mit dem SE-Begriff?

Von den 105 interviewten Organisationen beschreiben sich 80 selbst als SE-Initiativen. Der Großteil dieser Organisationen wurde in den letzten Jahren gegründet und für diese Organisationen hatte SE von Anfang an eine identitätsstiftende Wirkung. Darunter fallen aber auch Organisationen, die sich heute mit SE identifizieren, die aber bereits zu einem Zeitpunkt existiert haben, zu dem »Social Entrepreneurship« in Österreich als Begriff noch nicht präsent war. Folgende Interviewpassage belegt das:

»[...] eigentlich erst in den letzten Jahren haben wir das selbst so erkannt. Vorher im Endeffekt haben wir einfach unser Ding gemacht, also ohne dem Kind einen Namen zu geben. Wir wussten natürlich über die sozialen und ökologischen Erfolge, die wir dadurch erzielen, aber im Endeffekt, haben wir das einfach so umgesetzt.«

Dazu gehören ebenfalls Organisationen, die erst durch den Kontakt mit unterstützenden Organisationen mit dem Begriff vertraut wurden:

»Wir haben nicht als Social Entrepreneurship begonnen, wir haben zuerst gesagt wir sind ein soziales Projekt, ein Verein. Dann haben wir darüber gehört, das war beim Social Impact Award, dann haben wir gesehen, was wir machen, entspricht dem, was die als Social Entrepreneurship bezeichnen: Wir arbeiten mit einem sozialem Problem, wir versuchen das zu ändern, durch den Verkauf von Produkten, wir haben die Möglichkeit selbstständig zu sein, durch den Verkauf von Produkten.«

Darüber hinaus nahmen an der Befragung Unternehmen teil, die an der Schnittstelle zwischen Social Entrepreneurship und klassischen Einzelunternehmen stehen, und denen die Abgrenzung zwischen klassischem Unternehmertum und sozialem Unternehmertum schwer fällt. Die Aktivitäten dieser Unternehmen waren immer schon durch eine starke Integration von sozialen und ökologischen Zielsetzungen geprägt. Dadurch wird deutlich, dass die Grenzen zwischen unterschiedlichen Selbstverständnissen bzw. Identitäten von den Befragten als schwierig wahrgenommen werden, was folgendes Zitat belegt:

»Nein, würde ich eher nicht sagen, dass ich ein Social Entrepreneur bin, weil es ist sicher ganz ein normales Unternehmen, aber ich sage einmal so: Die Orientierung, die Philosophie von unserem Haus geht in diese Richtung hin, ja, aber so richtig klassisches Social Entrepreneurship ist es nicht, als klassisches Unternehmen würde ich es aber auch nicht bezeichnen.«

Zu den verbleibenden Organisationen zählen auch Organisationen, für die SE Neuland darstellt, die »Social Entrepreneurship« vorrangig als einen Modebegriff wahrnehmen, aber durchaus bereit sind, sich zukünftig als Social Entrepreneurs zu bezeichnen, wenn es ihnen dabei hilft, gewisse Gelder bzw. Fördermöglichkeiten zu bekommen:

»Ich sage Ihnen, der Begriff ist mir sehr neu, also den Begriff, den kenn ich vielleicht jetzt seit einem Jahr [...]. Das ist halt jetzt ein neues Wort quasi. Wo man dann jetzt überlegt, ob man da rein passt. Wenn das sozusagen ein Begriff ist, über

den es in irgendeiner Weise imagemäßig oder sponsoringmäßig seriöser wirkt, und dadurch, Förderungen, Unterstützungen, Kooperationen leichter möglich sind, dann ist mir das recht [...]»

Verständnis von SE aus der Perspektive der SE-Initiativen

Im Vergleich zu den Verständnissen der unterstützenden Organisationen sind die Artikulationen der SE-Initiativen selbst weniger klar voneinander abgrenzbar.

Einig ist sich die Mehrheit der SE-Initiativen in einem Punkt, nämlich dass der Kern von Social Entrepreneurship die Verbindung von sozialen und wirtschaftlichen Zielsetzungen darstellt. Die Interviews zeigen allerdings auch, dass hinsichtlich dieser Fragestellung nur oberflächlich Einigkeit herrscht. Unterschiedliche Auffassungen gibt es bezogen auf die Frage, welchen Stellenwert soziale gegenüber wirtschaftlichen Zielen haben sollen. Zwei Drittel betrachten die sozialen Zielsetzungen als prioritär und das wirtschaftliche Ziel als Mittel zum Zweck, um die sozialen Ziele erfüllen zu können, wie die folgende Interviewpassage belegt:

»Unter Social Entrepreneurship verstehe ich, dass die Organisation über soziale Wirksamkeit und nicht über Gewinn definiert wird. Es muss natürlich Geld verdient werden, um diese Arbeit zu leisten und nicht durch Förderungen, Spenden oder sonst irgendetwas abhängig zu sein [...]»

Die Priorisierung der sozialen Zielsetzung manifestiert sich auch dahingehend, dass die Mehrzahl der befragten Organisationen, nämlich 60%, die gesamten Gewinne in die Organisation reinvestieren und die restlichen Organisationen zumindest einen Großteil der Gewinne thesaurieren. Dem gegenüber steht die Auffassung, dass wirtschaftliche und soziale Ziele gleichwertig zu berücksichtigen sind. Als Argument hierfür wird zum Beispiel angeführt, dass Organisationen auf eine ausreichende Gewinnerzielung schauen müssen, weil sie nur dann in der Lage wären, ihr soziales Ziel auch dementsprechend zu erfüllen:

»Der Gedanke, dass die Profitabilität eines Unternehmens nicht das primär leitende Element ist, das kann ich nur bedingt unterschreiben, weil ein Unternehmen muss profitabel sein, weil es sonst nicht innovationsfähig ist. Und von daher gesehen, definiert sich das für mich als ein gleichwertiges Unternehmensziel.»

In diese Kategorie fallen vor allem jene Organisationen, die sich in ihrem Selbstverständnis als klassische Unternehmen sehen, aber in ihrem Handeln soziale und ökologische Zielsetzungen gleichermaßen mitberücksichtigen. Folgendes Zitat soll das verdeutlichen:

»[Ich verstehe] Social Entrepreneurship als ein neues Paradigma, oder als eine neue Art des Wirtschaftens [...], die einem neuen Paradigma entspricht, das Soziales, Ökologisches und Ökonomisches gleichermaßen und gleichbewertend betrachtet und in wirtschaftliche Entscheidungen einfließen lässt.»

Unterschiedliche Zugänge manifestieren sich auch in Hinblick auf das Verständnis des Begriffes »sozial«. Diese unterschiedlichen Auffassungen können als Kontinuum dargestellt werden, das sich von der Schaffung eines Mehrwertes für die betroffene Zielgruppe, über die Schaffung einer Lösung für ein konkretes Problem, bis hin zur Veränderung von institutionellen Rahmenbedingungen und der Infragestellung des

derzeitigen Wirtschaftssystems erstreckt. Folgende beide Interviewpassagen sollen diese beiden äußeren Ränder dieses Kontinuums verdeutlichen. Erstere Sichtweise kommt etwa hier zum Ausdruck: »Ich würde sagen, es muss nicht zwingend ›base of the pyramid‹ betreffen, aber neben allgemeiner Funktion sollte das Produkt einen Mehrwert für den Kunden haben [...]«. Das andere Ende des Kontinuums wird etwa so veranschaulicht:

»[...] das heißt, auch aus einem Missstand, der gesellschaftlich, umweltpolitisch oder sozialpolitisch motiviert sein kann, eine Lösung zu finden und diese dann auch tatsächlich umzusetzen und sich aber gleichzeitig Gedanken zu machen, wie man nachhaltig was ändern kann, also wie man institutionelle Änderungen erreicht, bzw. wie man auch die Idee so aufbaut, dass sie sich wirklich tragen kann.«

Klar zeigt sich, dass sich die meisten Organisationen in der Mitte dieses Kontinuums positionieren. Nur etwa 15% der Befragten thematisieren bzw. problematisieren die derzeitige Wirtschaftsordnung und wollen mit ihren Handlungen konkret strukturelle Veränderungen herbeiführen.

Geht es um die Grenzziehung zwischen Social Entrepreneurship und eher traditionellen Nonprofit-Organisationen, so wird hier im Speziellen die Generierung von eigenem Einkommen als Distinktionsmerkmal hervorgehoben: »Wenn man ein soziales Problem angeht und lösen will, also in meinem Fall es selbst finanziert und das Projekt sich selbst trägt. Wir sind halt ein Gewerbe in dem Fall und jetzt nicht auf irgendeine NGO oder auf Spenden angewiesen, sondern erwirtschaften selbst unser Geld.« Der Aspekt der finanziellen Selbstständigkeit, also die Finanzierung über eigene Einnahmen und die Unabhängigkeit von Spenden und staatlichen Mitteln wird von den meisten dahingehend argumentiert, dass die Organisationen selbst und ohne Auflagen entscheiden wollen, in welche Bereiche investiert wird. Dies geht einher mit einer generellen Skepsis staatlichen AkteurInnen gegenüber bzw. wird oft gar nicht in Betracht gezogen, um Mittel aus staatlichen Töpfen anzuschauen. Andere wiederum, im Speziellen jene Organisationen, die sich in ihrem Selbstverständnis als klassische Unternehmen mit starkem Social Entrepreneurship-Bezug sehen, grenzen sich stärker von Corporate Social Responsibility-Aktivitäten von Unternehmen ab, wie die folgende Passage belegt:

»[Social Entrepreneurship] bedeutet für mich: Bei jeder Art der Entscheidung, die im Unternehmen getroffen wird – innenpolitisch, nach außen hin oder Produkte –, dass der soziale Aspekt in jede dieser Entscheidung einbezogen wird. Bei jeder Entscheidung die wir treffen, stellen wir uns die Frage, ob die Entscheidungen einen sozialen Mehrwert hat, also viel mehr als CSR.«

Der Aspekt der Innovation, der für manche unterstützenden Organisationen eine wichtige Rolle spielt, wird nur von einer Minderheit erwähnt. Das heißt nicht unbedingt, dass die Lösungen dieser Organisationen nicht innovativ sind, sondern vielmehr, dass Organisationen nicht bewusst innovative Lösungen schaffen, sondern vielmehr erst ex post und durch den Kontakt mit unterstützenden Organisationen den Aspekt der Innovation aktiv reflektieren. Bezogen auf die Verbindung von unterstützenden Organisationen und den interviewten SE-Initiativen selbst zeigt sich auch, dass Schlagworte wie zum Beispiel »Social Impact« oder die Entwicklung eines

»Businessplans« besonders von jenen AkteurInnen zur Sprache gebracht werden, die in einer direkten Austauschbeziehung mit unterstützenden Organisationen stehen.

Bei jenen SE-Initiativen, die sich in ihren Antworten explizit auf Entrepreneurship beziehen, kristallisieren sich im Wesentlichen zwei unterschiedliche Themen heraus. Erstens wird in vielen Interviews der Aspekt der Eigeninitiative, des Unternehmergeists hervorgehoben, der mit einer Gründerstimmung in Verbindung gebracht wird. Heroische Darstellungen von Einzelpersonen stellen allerdings die Ausnahme dar. Stattdessen ist in fast allen Interviews von Organisationen oder dem Zusammenschluss mehrerer Personen die Rede. Zweitens wird damit die wirtschaftliche Herangehensweise sowie der Einsatz von betriebswirtschaftlichen Instrumenten assoziiert. Durch die wirtschaftliche Herangehensweise könnten SE besonders effizient arbeiten. Auch dies wird als Abgrenzungsmerkmal zu eher traditionellen Nonprofit- Organisationen gesehen, die eine stärker karitative Orientierung hätten, die negativ konnotiert wird.

Die Ergebnisse zeigen, dass die SE-Initiativen unterschiedliche Verständnisse der unterstützenden Organisationen miteinander kombinieren. Nur selten werden die Verständnisse der unterstützenden Organisationen direkt übernommen. Eher kann davon ausgegangen werden, dass sie Teile der oben beschriebenen Verständnisse (siehe Abschnitt: SE aus der Perspektive der unterstützenden Organisationen) übernehmen, unterschiedliche Artikulationen miteinander kombinieren, einzelne Bestandteile ganz ausklammern, diese explizit kritisieren oder aber dieselben Begrifflichkeiten verwenden, diese aber unterschiedlich interpretieren (vgl. Alvesson et al. 2002; Watson 2008).

Conclusio

Bezugnehmend auf den Titel dieser Ausgabe, der sich der Frage widmet, welche Möglichkeiten der Problemlösung, aber auch welche Grenzen mit SE verbunden sind, lässt dieser Beitrag mehrere Schlüsse zu.

Erstens wirft er die Frage auf, für welche konkreten Problemstellungen SE Lösungen anbieten kann. Die österreichischen Befragungsergebnisse geben hierzu Anhaltspunkte. Während einzelne Tätigkeitsbereiche wie zum Beispiel Projekte im Bildungs- oder Umweltbereich, Arbeits(re)integrationsprojekte oder Projekte im Kontext von Entwicklungsländern besonders stark vertreten sind, kommen andere Themen im Aufgabenspektrum von SE-Initiativen nur sehr selten vor. So spielen zum Beispiel soziale Dienstleistungen oder etwa die Interessensvertretung von spezifischen Personengruppen nur eine untergeordnete Rolle. Daraus lässt sich ableiten, dass SE (zumindest derzeit) vorrangig in gewissen Bereichen Lösungen anbieten kann, wohingegen andere Bereiche für SE weniger geeignet scheinen. Vor allem vor dem Hintergrund, dass sich ein Großteil der Organisationen wünscht, in Zukunft finanziell unabhängig zu sein, kommen verstärkt Bereiche in Frage, in denen eigene Einnahmen möglich sind. Dass eine stärkere marktwirtschaftliche Orientierung zu einer Verschiebung der von NPOs wahrgenommenen Aufgaben führen kann, wird in der Literatur bereits seit längerem diskutiert (Eikenberry und Kluver 2004; Dart 2004; Neumayr 2010). Bei SE-Initiativen zeigt sich, dass die Interessensvertretungsfunktion im Vergleich zur Servicefunktion, also der Erstellung von Produkten und Dienstleistungen, eine untergeordnete Rolle einnimmt.

Zweitens wirft die in den Interviews zur Sprache gebrachte Skepsis, die SE-Initiativen staatlichen Institutionen gegenüber haben, die Frage auf, inwiefern SE-Initiativen in der Lage sein werden, die großen Probleme unserer Zeit zu lösen. Sud et al. (2008, 207f.) sehen für die Lösung von komplexen Problemstellungen die verstärkte Kooperation von SE mit staatlichen, privatwirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Institutionen als entscheidend an. Keine dieser Gruppen wäre alleine und ohne die Einbindung der anderen Akteure in der Lage, komplexe soziale oder ökologische Problemstellungen in den Griff zu bekommen.

Drittens kann die Frage aufgeworfen werden, wie es manche Verständnisse suggerieren, ob SE in der Lage ist, strukturelle Änderungen herbeizuführen. KritikerInnen meinen, SE würde nicht die Grundprobleme lösen, sondern lediglich Symptombekämpfung betreiben (Edwards 2008), oder, um es mit einem Zitat von Albert Einstein auf den Punkt zu bringen: »We can't solve problems by using the same kind of thinking we used when we created them.« Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der SE-Initiativen SE weder mit einer radikal neuen Wirtschaftsordnung in Verbindung bringen, noch ausschließlich auf die Lösung von Partikularproblemen fokussiert sind, sondern sich vielfach in der Mitte dieses Kontinuums bewegen.

Die Ergebnisse zeigen klar, dass SE in Österreich bis dato eine diffuse Begrifflichkeit darstellt, die heterogene Verständnisse hervorbringt. So ist es allerdings möglicherweise gerade die Unschärfe des Begriffes, die es einer Vielzahl unterschiedlicher AkteurInnen ermöglicht, sich mit der Begrifflichkeit zu identifizieren. In diesem Sinne fungiert SE als semantischer Attraktor. Welche/s der oben beschriebenen Verständnis/se sich in Zukunft durchsetzen wird/werden, hängt maßgeblich davon ab, wie gut es unterstützende Organisationen, aber auch der Staat und andere wichtige Stakeholder in diesem Bereich schaffen werden, Menschen und Organisationen zu mobilisieren, die deren Verständnisse legitimieren und nach außen tragen. Die derzeitigen Ergebnisse deuten darauf hin, dass vor allem jene Organisationen, die ein weites Begriffsverständnis propagieren, die meisten direkten Verbindungen zu SE-Initiativen haben und auch in den Medien sowie in Internetforen verstärkt Aufmerksamkeit bekommen.

Literatur

- Alvesson, M./ Willmott, H. (2002) Identity regulation as organizational control: Producing the appropriate individual. In: *Journal of management studies*, 39 (5): 619-644.
- Alvord, S., Brown L./ Letts C. (2004) Social entrepreneurship and societal transformation: an exploratory study. In: *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3): 260-282.
- Borgatti, S./ Everett, M./ Freeman, L. (2002) *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- Brandl, J./ Bullinger, B. (2009) Reflections on the societal conditions for the pervasiveness of entrepreneurship in Western societies. In: *Journal of Management Inquiry*, 18 (2): 159-173.
- Brock, D.D. (2008) *Social Entrepreneurship Teaching Handbook: Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship*. New York: Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship.
- Dart, R./ Clow, E./ Armstrong, A. (2010) Meaningful difficulties in the mapping of social enterprises. In: *Social Enterprise Journal*, 6 (3): 186-193.
- Dey, P./ Steyaert, C. (2010) The politics of narrating social entrepreneurship. In: *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1 (4): 85-108.
- Edwards, M. (2008) *Just another emperor? The myths and realities of philanthrocapitalism*. New York: Demos.

- Eikenberry, A./ Kluver, J. (2004) The marketization of the nonprofit sector: Civil society at risk? In: *Public Administration Review*, 64 (2): 132-140.
- Haugh, H. (2006) Social Enterprise: Beyond Economic Outcomes and Individual Returns. In: Mair, J. und Robinson und Hockerts, K. (Hg.) *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 180-205.
- Hervieux, C./ Gedajlovic, E./ Turcotte, M. (2010) The legitimization of social entrepreneurship. In: *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4 (1): 37-67.
- Hoffman, A. (2001) Linking organizational and field-level analysis. In: *Organization and Environment*, 14 (2): 133-156.
- Lawrence, T./ Suddaby, R./ Leca, B. (2011) Institutional work: Refocusing institutional studies of organization. In: *Journal of Management Inquiry*, 20 (1): 52-58.
- Mair, J./ Marti, I. (2006) Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. In: *Journal of World Business*, 41 (1): 36-44.
- Mauksch, S. (2012) Beyond managerial rationality: exploring social enterprise in Germany. In: *Social Enterprise Journal*, 8 (2): 156-170.
- Mercator Forscherverbund (2012) Sozialunternehmer – Chancen für Soziale Innovationen in Deutschland. Möglichkeit der Förderung. Bericht.
- Millner, R./ Vondor, P./ Schneider, H. (2013) Innovation und Social Entrepreneurship im Non-profit Sektor. In: Simsa, R./ Meyer, M./ Badelt, C.: *Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management*. Stuttgart: Schäffer-Pöschel. 5. Auflage, 432-451.
- Nicholls, A. (2006) *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicholls, A. (2010) The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4): 611-633.
- Nicholls, A./ Cho, A. (2006) *Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field*, In: Nicholls, A. (Hg.) *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, New York: Oxford University Press, 99-119.
- Parkinson, C./ Howorth, C. (2008) The language of social entrepreneurs. In: *Entrepreneurship and regional development*, 20 (3): 285-309.
- Pennerstorfer, A./ Schneider, U./ Badelt, C. (2013) Der Nonprofit Sektor in Österreich, In: Simsa, R./ Meyer, M./ Badelt, C. (Hg.) *Handbuch der Nonprofit Organisationen. Strukturen und Management*. 5. Ausgabe, Wien: Schäffer-Poeschel.
- Roberts, D./ Woods, C. (2005) Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. In: *University of Auckland Business Review*, 45-51.
- Schneider, U./ Haider, A. (2009) Nonprofit Organisationen in Österreich 2009. Working Paper 1/2009. Institut für Sozialpolitik, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Short, J./ Moss, T./ Lumpkin, G. (2009) Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. In: *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3: 161-194.
- Sud, M./ VanSandt, C./ Baugous, A. (2009) Social entrepreneurship: The role of institutions. In: *Journal of Business Ethics*, 85 (1): 201-216.
- Terjesen, S./ Lepoutre, J./ Justo, R./ Bosma, N. (2009) 2009 Report on Social Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor. Report.
- Tracey, P./ Jarvis, O. (2007) Toward a theory of social venture franchising. In: *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31 (5): 667-685.
- Waddock, S./ Post, J. (1991) Social entrepreneurs and catalytic social change. In: *Public Administration Review*, 51 (5): 393-401.
- Wasserman, S./ Faust, K. (1994) *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Watson, T. (2008) Managing identity: Identity work, personal predicaments and structural circumstances. In: *Organization*, 15 (1): 121-143.
- Zilber, T. (2008) The work of Meanings in Institutional Processes and Thinking. In: Greenwood, C. Oliver/ K. Sahlin/ Suddaby, R. (Hg.) *The Sage Handbook of organizational institutionalism*. London: SAGE Publications, 151-170.

Anmerkungen

- 1 Der Social Entrepreneurship Monitor bezieht sich im Wesentlichen auf drei Kriterien zur Auswahl von SE: soziale Mission, Innovation sowie Generierung von markbasiertem Einkommen.
- 2 Ob sich ein Akteur mit dem SE-Label identifiziert, wurde durch folgende Selektionsfrage abgefragt: »Würden Sie das was Sie (Ihre Organisation) tun/tut, als SE bezeichnen? Wenn nicht, welche Begrifflichkeit würde Ihre Aktivitäten (die Ihrer Organisation) gut zusammenfassen?«
- 3 Bei der Interpretation der Grafik ist zu beachten, dass für die Identifizierung der Mitglieder bzw. TeilnehmerInnen der unterstützenden Organisation teilweise vollständige Listen zur Verfügung standen (z.B. HUB Vienna), während in den meisten anderen Fällen nur unvollständige Listen bzw. im Fall von Preisen nur die GewinnerInnen identifiziert werden konnten. Die Studierenden, die an einem Social Entrepreneurship Kurs an der WU Wien teilnahmen, wurden in der Grafik nicht berücksichtigt, da diese zum überwiegenden Teil keine SE-Initiativen im engeren Sinn darstellen.
- 4 In der Netzwerkgrafik werden ausschließlich die Verknüpfungen zwischen den unterstützenden Organisationen und den SE-Initiativen dargestellt. Mögliche Verknüpfungen zwischen den SE-Initiativen selbst oder zwischen den unterstützenden Organisationen werden in dieser Grafik nicht dargestellt.
- 5 Andere Studien zeigen, dass sich die spezifische Finanzierung mit dem Alter der Organisation ändern kann. So zeigt zum Beispiel eine Erhebung aus Deutschland (Mercator Forscherverbund 2012), dass im Speziellen mit dem Wachstum von Social Entrepreneurship-Initiativen auch deren Finanzierung durch öffentliche Mittel ansteigt.